# 虚拟社区：概念辨析、特征分析与分类讨论[1]

郭家欣 朱永明

（郑州大学管理学院 郑州 450001）

**摘要**：[目的/意义]厘清虚拟社区的源起、发展脉络以及相关概念，有助于明晰这一研究对象，提高相关研究的科学性与严谨性。[方法/过程]首先运用历史研究法和概念分析法，梳理虚拟社区概念的产生及发展脉络；其次采用比较研究法对其相关概念进行辨析；最后，基于前人研究成果及虚拟社区实践现状对其进行分类研究。[结果/结论]研究表明，虚拟社区与虚拟社群描述的是同一研究对象，在线社区、网络社区、电子社区均是虚拟社区的替换概念。虚拟社区包括 6 类核心构成要素及 4 类基本特征，按其主功能可被分为兴趣社区、社交社区、交易社区及知识社区 4 类，每类虚拟社区在成员动机、规制、文化、信息互动模式以及常见价值创造模式方面均具有独特的特点。

**关键词**：虚拟社区；概念辨析；基本特征；核心要素

**中图分类号**：G252

# Virtual community: concept discrimination and characteristics analysis and classification discussion

Guo Jiaxin　Zhu Yongming

(Department of Management, Zhengzhou University, Zhengzhou 450001, China)

**Abstract:** [Purpose/Significance] Clarifying its origin, development context, and related concepts will be more explicit about this research object and improve the scientific and rigorous of its interrelated research. [Methodology/Process]Firstly, this article uses the historical research method and conceptual analysis method to sort out the emergence and development of its concept.; Secondly, the comparative research method is used to distinguish its relevant concepts; Finally, based on its previous research and current state of practice, This article conducts a taxonomic study of virtual communities[Results/Conclusions]The study shows that different Chinese translations of virtual communities correspond to the same research subjects, and online communities, web communities and e-communities are all replacement concepts for virtual communities. Virtual communities consist of six core components and four basic characteristics, and can be classified into four categories according to their main functions: interest communities, social communities, trading communities and knowledge communities, each of which has unique characteristics in terms of member motivation, regulation, culture, information interaction patterns and common value creation patterns.

**Keywords:** Virtual Community; Concept discrimination; Basic characteristics; Core elements

人们需要一个在他们日常活动环境之外的“第三世界”，进行社会互动和情绪表达[1]，以补充其工作和生活之外的需求、缓解情绪和精神压力、获得包容和归属感等，这对于个人健康和福祉至关重要[1]。然而，过去由于地理和信息技术的制约导致人们的社交关系较为单一，大多是基于其在现实社会中的传统社会关系而建立，能够进行放松活动和互动的场所也十分有限[2]。但是，互联网技

1 本研究由教育部人文社会科学研究一般项目（20YJA630101）资助

* 通讯作者：郭家欣（E-mail：gjxscholar@gs.zzu.deu.cn）

chinaXiv:202304.00954v1

术为人们提供了新的活动空间，相比线下“面对面”的社交与互动环境，网络虚拟世界能够提供更加中立的场地、平等的地位和轻松的氛围[3]。移动信息和 5G 通讯技术的迅速普及更是提高了人们访问网络空间的便捷性，进一步促使“第三世界”由线下转移至线上[4]。

虚拟社区（Virtual Community）作为网络用户表达自我、搜寻信息、相互交流并建立社交网络的重要载体之一[5]，已引起学术界和社会的广泛关注。随着研究的不断多元化，与虚拟社区相似的概念层出不穷，如虚拟社群、在线社区、网络社区、电子社区等，这些概念在当前研究中被大量运用，但为明确区分其之间的异同，导致在一定程度上出现了名词混用、概念替换以及内涵混淆等情况[6-7]。这势必将影响相应理论研究的严谨性与科学性。同时，上述概念和术语的混用也容易造成具体实践上的困惑，如一些虚拟社区管理者在运营社区或开展相关社区活动时，面临着运营战略不清、方向不明、手段匮乏等问题，不利于虚拟社区的可持续发展。因此，不论从理论方面或实践角度，厘清虚拟社区概念，明晰虚拟社区与其他相关概念之间的关系十分必要，不仅有助于完善虚拟社区的概念系统和理论体系，还有助于指导具体实践活动的开展。

基于此，本文从词源视角切入，采用历史研究法、概念分析法、比较研究法对虚拟社区相关概念进行辨析，并结合当前国内外虚拟社区研究以及具体实践现状，提炼研究共识与实践经验，归纳并总结虚拟社区概念、核心构成要素、基本特征、分类标准以及各类虚拟社区的具体特点，从而进一步明确这一研究对象为未来虚拟社区针对性研究的开展以及实践指导奠定理论基础。

## 1 虚拟社区的源起与发展

虚拟社区作为社区的衍生概念，在追溯其源起与发展脉络前，需先简单梳理社区概念。当前国外学界关于社区的定义存在较大分歧，特别是围绕人群要素和地理特征形成了两种不同的认知，部分学者基于滕尼斯社会共同体理论将社区定义为基于情感、地缘、血缘、习惯等因素所组成的关系密切且富有人情味的社会共同体 [8]，还有部分学者以 MacIver 的观点为研究起点，将社区视为共同生活的任何领域和空间 [9]。然而，中国学界社区概念的同质化情况较为明显，出现了近乎止于“地理限定”的理解，主观地构想“共同体”与小范围“地理区域”的结合，即社区是为在一定地理范围内经营集体生活的共同体[10]。并且，《中共中央办公厅、国务院办公厅关于转发〈民政部关于在全国推进城市社区建设的意见〉的通知》（中办发〔2000〕23 号）中也将社区明确界定为了聚居在一定地理范围内的人们所组成的社会生活共同体[11]。

20 世纪 90 年代，以计算机为媒介的互联网技术将社区从有限的地理空间中解放出来，并在无边界的虚拟网络中重新组建。处于不同时空的人们社区里交流沟通、分享信息，该类社区在聚集数量、交流频率、信息量等方面远远超过了传统社区 [12]。学术界将其命名为 Virtual Community，即虚拟社区 [13]。关于虚拟社区的概念，也存在一定的争议且与社区概念之争高度相似，均是围绕人群要素和地理特征两方面展开，即大多学者是从人群要素出发将其视为一种存在于网络虚拟空间中的人群、团体、组织或共同体 [14-15]，个别学者从其地理特征出发，将其视为一种网络虚拟空间 [16-17]。

基于上述梳理可以发现，虽然学术界关于虚拟社区的概念仍存在争议，但是就某些观点已达成了共识，如人群是其核心要素，处于网络虚拟空间是其主要特征。同时，虚拟社区的概念也并不是一成不变的，是随现代信息技术的发展不断革新和丰富（文彤，郭强和邱以澄，2022）18，具有一定的复杂性与多变性。

chinaXiv:202304.00954v1

## 2 虚拟社区的相关概念辨析

Community 的中文翻译多样化，导致 Virtual Community 自引入我国学术界以来出现了“虚拟社区”与“虚拟社群”两种不同的翻译。同时随着研究的不断扩展，国内外学者还提出了“在线社区”、“网络社区”、“电子社区”等不同的术语。这就导致现有研究中存在着较多的概念替换及概念混淆等情况[Error: Reference source not found]。因此，本文在该部分对常见的虚拟社区相关概念进行区分，以提高后续研究用词的严谨性和科学性（图 1）。

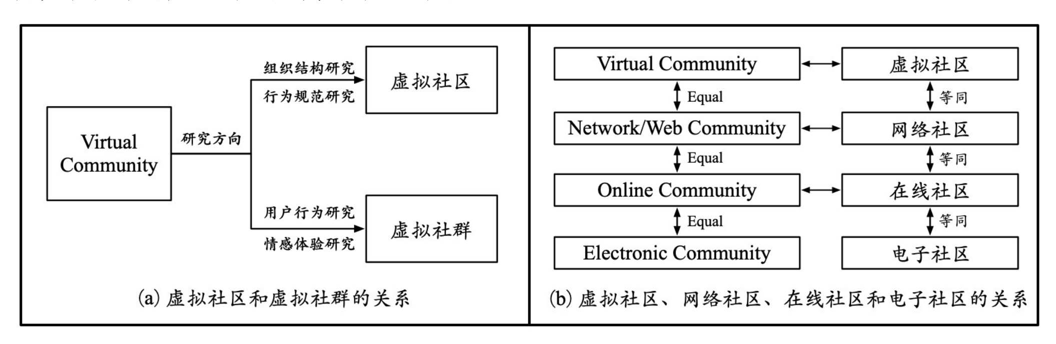



图1 虚拟社区相关概念之间关系

### 2. 1 虚拟社区与虚拟社群

纵观国内学术届可以发现，“虚拟社区”与“虚拟社群”在研究中混合、重叠使用的现象十分常见 [19]。然而，不论是基于前文中所提及的国内社区定义的独特特征，还是仅从中文表达的语感语义来看，均能感受到两者之间具有一定的差异。但大多学者将这两个概念完全视为等同并混合使用，仅有小部分学者对其进行了区分，且区分标准也不尽相同。具体而言，部分学者选择从本质上对其进行区分，认为虚拟社群是一种社交关系的组织形式，虚拟社区是承载这种关系的网络空间 [20]，即虚拟社群是虚拟社区的隶属部分 [21]。另一部分学者则未从本质上刻意区分这两个概念，而是将其均用于描述同一研究对象，但会根据研究问题及目标，有策略地、机动性地调用这两个概念 [22]。当使用虚拟社区一词时，学者更加强调其组织结构和行为规范 [23]，研究方向也较为注重平台建设和社区治理[24]，以提高虚拟社区的秩序性、稳定性和可持续性为研究目标。使用虚拟社群一词的学者通常更加关注这一研究对象在虚拟社会关系基础上的信息交互和情感共融[25]，研究方向也更加偏向于群体行为和情感表达 [26-27]，从而引导虚拟社群成员行为，进而创造相应价值[28-29]。

基于此，本文认为虚拟社区和虚拟社群均描述的是以网络虚拟空间为活动场所的一群具有共同兴趣、目标及网络群体意识的用户自发集结形成且之间进行信息和知识交互的社会化群体。当研究目的是为了规范社区秩序、提高其稳定性和可持续性，则使用虚拟社区一词。研究目的是为了引导用户行为、提高互动性、加强情感联系、创造价值时则使用虚拟社群一词。

### 2. 2 虚拟社区、网络社区、在线社区与电子社区

在线社区（Online Community）、网络社区（Network/Web Community）、电子社区（Electronic Community）混用、换用和共用现象也较为普遍 [30]。这些替代性概念的提出是由于部分学者认为“虚拟”一词容易引起概念的虚实之争 [31]，“虚拟”表明这种网络空间中的人际关系是“虚拟的”，而非“真实的”。但“虚拟”一词事实上仅是对其在网络虚拟空间中建立这一地理特征的描述，且虚拟也并不意味着不真实 [32]，网络虚拟主体的背后依旧是真实、鲜活的个人，其思想、行为仍与现实生活保持着种种联系，其在虚拟交往中仍保留着现实中的



chinaXiv:202304.00954v1

主体意识[33]。因此，不应仅由于“虚拟”一词的使用易引起概念之争而直接进行概念替换，应结合现代信息技术的更新，不断拓展虚拟社区概念及内涵等，从而使研究更加贴合现实发展及实践应用。此外，对现有研究中上述概念进行梳理也可以发现，其内涵、特征、要素等基本一致，同时也有学者在研究中明确指出虚拟社区可被称为网络社区、在线社区或电子社区[34]。基于此，本文认为上述概念均属于虚拟社区的替换概念。

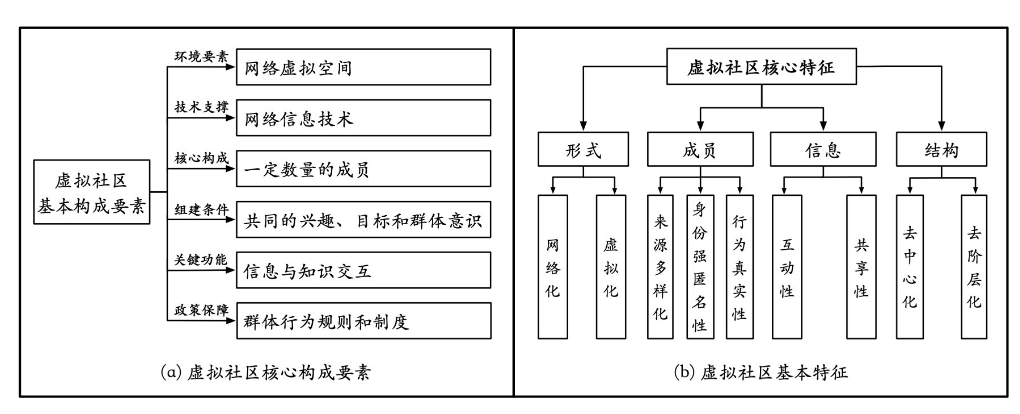



图2 虚拟社区核心构成要素与基本特征

## 3 虚拟社区的构成要素及特征分析

与传统线下社区相比，虚拟社区的构成要素及特征具有一定特殊性。为了使其更加清晰和具体，本文对虚拟社区核心构成要素和基本特征进行了更加深入的分析（图 2）。

表 1 虚拟社区核心构成要素主要文献来源（按时间顺序）

| 主要观点 | 文献来源 |
|---|---|
| 虚拟社区要素是社会互动、群体联系、共同的群体意识 | 王琪，2011 |
| 虚拟社区应具有足够数量的成员、社区内积极参与、成员间相互交流、成员具有共同的兴趣、关注或问题、社区内行为规则 | Franklin et al.，2014 |
| 信任感是维系整个虚拟社区的关键要素 | Tausczik et al.，2014 |
| 虚拟的活动空间、持续的网络互动及共同的群体规范是虚拟社区的构成要素 | 王芳, 2017 |
| 知识协作是提高虚拟社区知识能力和实现可持续增长的核心竞争力优势 | Wei W et al.，2018 |
| 归属感是使一个人成为虚拟社区成员的要素之一 | Aroles，2018 |
| 互惠行为是构成虚拟社区人际关系的核心要素之一 | 孙保营和魏晴, 2019 |
| 虚拟社区建立需要一定数量的成员、在网络空间中进行、成员由于目标相同而产生互动 | 张长亮，王晰巍和王晨晓，2019 |
| 用户共同创造价值对于虚拟社区价值及可持续性至关重要 | Rubio et al.，2020 |
| 信息技术要素对虚拟社区成员在搜索及采纳信息时起支持作用 | 安琪和毕新华, 2021 |
| 网络空间是环境要素，信息技术是技术要素，共同兴趣是基础条件，交流和分享是核心功能，和谐关系是保障 | 阚德涛, 2021 |
| 情感是虚拟社区和网络得以构建的基础要素 | 田浩, 2022 |
| 虚拟社区须有自己内在的价值、文化、理念，有共同的兴趣、爱好、关注 | 丁元竹, 2022 |
| 虚拟社区需要互动、交流、持久成员和虚拟空间四个要素 | 岳宇君和郦晓月, 2022 |



chinaXiv:202304.00954v1

通过对相关文献进行梳理（表 1），本文总结了虚拟社区的 6 个核心构成要素：1）环境要素：网络虚拟空间； 2）技术支撑：网络信息技术；3）核心构成：一定数量的成员； 4）组建条件：共同的兴趣、目标和群体意识；5）关键功能：信息与知识交互；6）政策保障：群体行为规则和制度。

与此同时，基于前人研究及前文对虚拟社区的定义和核心构成要素的识别，可将虚拟社区的特征归结为 4 个方面（表 2），即 1）形式网络化和虚拟化特征，2）成员来源多样化、身份强匿名性、行为真实性；3）结构去中心化与去阶层化 4）信息互动性与共享性。

表 2 虚拟社区基本特征主要文献来源（按时间顺序）

| 主要观点 | 文献来源 |
| --- | --- |
| 虚拟社区的特征包括成员具有共同的目标、兴趣、需求或活动；成员反复、积极参与；成员之间可以访问共享资源，；成员之间信息、支持和服务互惠；社会习俗、语言和协议的共享背景 | Whittaker et al.，1997 |
| 虚拟社区具有互动过程的超时空性与开放性、行动空间再生产中的虚拟性、社会关系的平等性与自主性、秩序建构中的扁平化与多中心性、社区交往纽带的网缘化、群体成员的异质性较高和群体边界模糊等社会组织特征 | 张文宏，2011 |
| 虚拟社区具有去中心化、开放性、动态性、平面化、情绪化等特征 | 许哲和吴家清，2012 |
| 情感回归被认为是虚拟社区的关键特征 | Tyldesley，2013 |
| 虚拟社区保有真实社区的特征,包括互动、共同的目标、认同感与归属感、各种规范、不成文的规则等 | 何亭，2013 |
| 虚拟社区具有人性化、互联化、智能化特征 | 张品良，2014 |
| 虚拟社区结构具有去阶层化特特征 | 杨嵘均，2015 |
| 虚拟社区具有某些线下社区的关键特征，表达的自由、缺乏虚拟社区具是集中控制的、泛向而非点对点的传播以及成员行为完全处于自愿 | Leimeister，2015 |
| 虚拟社区具有虚拟性、互动性、开放性、需求性 | 张靓婷，张兰霞和付雅然，2019 |
| 虚拟社区具有网络化、信息化、可匿名、互动便利 | 张红喜等，2019 |
| 虚拟社区具有非时空性、强匿名性等特征 | 潘曙雅和邱月玲，2019 |
| 虚拟社区结构具有内部连接紧密、外部连接稀疏的特征 | 孙国强，贾昌进和吉迎东，2020 |
| 虚拟社区具有内容多元性和随意性、身份虚拟性和行为真实性、成员自由性和多样性、信息共享非理性的特征 | 陶凤，2021 |

## 4 虚拟社区分类研究

### 4. 1 虚拟社区分类标准

自虚拟社区概念提出后，多位学者为使研究成果更加具有针对性和可行性，分别从用户以及社区两个视角出发，基于不同的标准对虚拟社区进行了分类，具体分类标准及分类结果如下（表 3）。



chinaXiv:202304.00954v1

表3 虚拟社区分类标准及结果

| 视角 | 分类标准 | 分类结果 | 理论依据 |
| --- | --- | --- | --- |
| 用户视角 | 用户需求 | 兴趣社区、人际关系社区、幻想社区、交易社区 | Armstrong 和 Hage，2000；黄彪文和殷美香，2014；李黎丹，2017 |
| | | 兴趣社区、共同意图社区、实践社区 | Henri 和 Pudelko，2003 |
| | | 任务社区、主题社区、用户社区、群体社区、短暂社区 | Maret et al.，2017 |
| | | 朋友圈、同学群、工作群、购物群、兴趣爱好群等 | 周家雅，2021 |
| | 用户关系 | 传统社会关系社区、交易关系社区 | 齐文浩, 齐秀琳和杨兴龙，2021 |
| 社区视角 | 社区功能 | 讨论型社区、任务与目标导向型社区、想象世界型社区、混合社区 | Stanoevska，2002 |
| | | 资源交换型社区、社会互助型社区 | 范懿文，柳学成和夏时洪，2011 |
| | | 兴趣型社区、关系型社区、地理位置型社区、临时事务型社区 | 王阳和张攀，2018 |
| | | 知识型社区、品牌型社区、社交型社区、游戏型社区 | 余佳蔓，唐小飞和姚森雄，2021 |
| | 组织方式 | 自组织型社区、有组织型社区 | 谢泽杭和于晶，2021 |
| | 社区结构 | 结构松散社区、结构紧密社区 | Loizou，2010 |
| | | 用户中心社区、话题中心社区 | 孙彬和王东，2017 |
| | 社区性质 | 商业社区、非商业社区 | Thorbjørnsen et al.，2002；Leimeister 和 Krcmar，2004；Shang et al.，2006；Hummel 和 Lechner，2022 |
| | 正规程度 | 正式社区、非正式社区 | 王琪，2011 |
| | 持续时间 | 短期社区、长期社区 | Chalmers et al.，2013；漆光鸿和高峰，2015；孙保营和魏晴，2019 |
| | 运营管理模式 | 独立运营社区、品牌附加社区 | Franz 和 Wolkinger，2003 |
| | | 明星经济模式社区、IP 运营模式社区、合伙人模式社区 | 蔡骐，2015； |
| | | 托管社区、自治社区 | Porter 和 Donthu，2008；Reischauer 和 Mair，2018 |

## 4. 2 虚拟社区分类

通过梳理上述文献可以发现，以用户需求和社区功能这两个常见分类标准进行虚拟社区分类的结果较为相近。然而，已有研究表明虚拟社区成员的需求往



chinaXiv:202304.00954v1

往不是单一的[35]，而是多元的、复杂的、动态变化的，且需求的优先顺序和关键程度也是截然不同[36]。因此，按用户需求分类的虚拟社区类型间容易出现概念交叉。据此，本文基于虚拟社区的实践情况，以其主功能为分类标准进行分类。现有常见虚拟社区的功能主要有发展兴趣与爱好、建立社交关系、产品与服务交易以及信息和知识交互 [37-38]，对应的虚拟社区即为兴趣社区、社交社区、交易社区和知识社区（具体概念见表 4）。

表 4 不同类别虚拟社区概念

| 类型 | 概念 |
| --- | --- |
| 兴趣社区 | 一群具有共同兴趣爱好的用户在网络虚拟空间中自发集结形成的社会化群体，成员在社区内进行多元交流，交流内容不仅限于兴趣爱好，较为广泛。比较具有代表性的兴趣社区有粉丝社区、读书社区、体育运动社区等。 |
| 社交社区 | 一群以在网络虚拟空间内发展社交关系为共同目的的用户自发集结形成的社会化群体，成员在社区内交流、互动。社交社区可以按照社交关系的建立基础被分为两类——以现实社会关系为基础的社交社区以及以发展网络社交关系为主要目的的社交社区，较为常见有同学群、同事群以及基于陌陌、探探等社交软件建立的社交社区等。 |
| 交易社区 | 一群具有相似消费和交易需求的用户在网络虚拟空间中自发集结形成的社会化群体，成员不仅在社区内分享购买产品或服务的体验以供他人参考，也从他人的分享中获取有助于自己做出消费决策的信息，同时社区内也会进行相应交易。较为常见的交易社区有微信团购群、“羊毛”群等。此外，当交易社区统一在某一品牌下时，则会衍生出一类特殊的社区形态，即品牌虚拟社区（简称品牌社区），该类社区可依据社区主导者类型分为企业主导品牌社区和消费者主导品牌社区、。 |
| 知识社区 | 一群以知识分享和学习为共同目标的用户自发在网络虚拟空间中集结形成的社会化群体，成员在社区内交换信息和知识、共同创造和分享知识。较为常见的知识社区有 CSDN、Github 等。 |

## 4.3 不同类型虚拟社区特点分析

深入分析不同类型虚拟社区有助于该领域学者后续针对性研究的开展，同时也能够给予虚拟社区运营主体具体的实践指导。因此，本文在该部分对不同类型虚拟社区成员主要参与动机[39-40]、规制类型[41]、信息共享模式[42]、文化[43]以及具体实践中常见的价值创造模式进行了梳理与总结（表 5）。

表 5 不同类型虚拟社区特点

| 类型 | 成员主要参与动机 | 规制类型 | 信息共享模式 | 社区文化 | 常见价值创造模式 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 兴趣社区 | 1) 功能动机：价值、便捷、娱乐、信息等；<br>2) 社交动机：关系、互动、信任等；<br>3) 心理动机：认同、支持、归属、沉迷、满足、幸福等； | 合理性规则 | 用户整合模式 | 标签文化 | 1) KOL关键意见领袖<br>2) 明星粉丝价值共创<br>3) 社区品牌打造 |

chinaXiv:202304.00954v1

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 社交社区 | 1)功能动机：娱乐、便捷、信息等；<br>2)社交动机：关系、互动、信任、交流、逃避等；<br>3)心理动机：尊重、认同、支持、归属、孤独等； | 隐含性规则 | 个体交互模式 | 圈层文化 | 1)社交群间引流<br>2)个人IP打造 |
| 交易社区 | 1)功能动机：交易、信息、便捷、价值等；<br>2)社交动机：互动、信任、交流等；<br>3)心理动机：认同、支持、归属、满足、利他、幸福等； | 合规性规则 | 平台整合模式 | 品牌文化 | 1)社区个性化产品<br>2)垂直品牌社区运营 |
| 知识社区 | 1)功能动机：信息、知识、创新、价值等；<br>2)社交动机：互动、交流等；<br>3)心理动机：尊重、认同、支持、归属、利他、满足、幸福等； | 强制性规则 | 公共交互模式 | 共创文化 | 1)用户自生成<br>2)专业生成 |

chinaXiv:202304.00954v1

基于Cheung与lee所提出的动机分析方法并结合兴趣社区定义可知，该类虚拟社区成员的功能动机包括实现兴趣相关的自我价值提升、更加便捷地获取兴趣相关信息、娱乐等，社交动机包括与兴趣相投的成员建立关系、进行互动、达成信任，心理动机包括获得兴趣相投成员的认同、支持、社区归属、满足等积极情感。由于兴趣社区成员对于兴趣的喜爱程度直接影响他们的行为，因此该类社区不太需要强规制约束，合理性制度规制与其较为匹配。同时，兴趣社区内信息形式多样且较为零散，能够对发布的信息进行系统整合的用户数量不多。但是随着社区的不断发展，部分信息整合能力较强的用户会逐渐成为其他用户关注的对象。因此，兴趣社区信息共享模式为用户整合模式。此外，结合现有兴趣社区的实践情况可知，常见的价值创造模式有KOL关键意见领袖、明星-粉丝价值共创、社区品牌打造等，社区文化也多以“标签”文化为主。

社交社区成员参与功能动机包括进行娱乐、获取信息等，社交动机包括建立网络社交关系、进行互动、达成信任、逃避现实社会关系等，心理动机包括获得尊重、认同、支持、归属、满足等。对于社交社区，信任在其中可以作为一种重要的治理机制[44]，且常见的社交社区中行为规则并不十分明确，而是社区成员在进行互动时形成的不成文规制。因此，隐含性制度规制与社交社区较为匹配。同时，当社交社区成员为了建立更加紧密的关系时，往往会选择一对一交流，以便进行深入了解，社区则主要是为其用户提供建立网络社交关系的渠道。基于此，个体交互模式是当前社交社区的主要信息互动模式，常见的价值创造模式有个人IP打造、社交群间引流等，文化多以“圈层”文化为主。

交易社区成员参与功能动机包括进行交易、获取消费信息、便捷、优惠福利等社交动机包括与消费需求和倾向相似的成员进行互动、交流等，心理动机包括获得认同、满足、利他等。交易社区除了构建社区信任机制外，也会制定相应的控制措施，以规范群内消费行为，保障消费者利益。因此，合规性制度规制适用于交易社区。同时，交易社区内交易的进行往往背靠相应平台，以确保交易双方的权

益和行为受到第三方保护与监督，且依靠平台所发布的交易信息传播范围广、可信度高，相应消费信息也会按类别整理，以便消费者进行信息搜寻。基于此，交易社区的信息共享模式大多为平台整合模式。常见的价值创造模式有社区个性化产品定制、垂直品牌社区运营等，社区文化多以“品牌”文化为主。

知识社区成员的参与动机较为明确，功能方面为获取信息和知识、创新、价值创造等，社交动机包括交流、互动等，心理动机为获得尊重、认同、支持、归属、利他、满足、幸福等。由于知识社区成员的诉求十分明确，即学习知识和分享知识他们对广告信息和氛围浓厚的社交信息等都持有鲜明的排斥态度 [45]。因此为保证知识社区成员黏性，即需要出台更强制性的措施，以确保社区知识分享的专属性。因此，强制性制度规制与知识社区匹配性相对最优。同时，知识社区内往往存在核心用户，进行信息和知识的分享，其所分享的知识的质量也决定了社区成员忠诚度，其他用户则通过对其分享的内容进行反馈或补充，以实现知识学习和积累。基于此，知识社区的信息互动模式多为公共交互模式。现有常见的知识社区价值创造模式有用户自生成（UGC）和专业生成（PGC），社区文化以“共创”文化为主。

**5 结论**

虚拟社区作为信息时代下人们重要的“精神栖息地”和赋能数字经济现代化发展的重要手段之一，对于提高个人健康和福祉以及拓展新型经济业态，触发新的经济增长点具有重要意义。当前虚拟社区已经成为学界和业界关注的焦点但其概念、特征、要素等仍然较为模糊。基于此，本文基于现有文献和虚拟社区发展现状，梳理了虚拟社区的来源与发展历程、相关概念、核心构成要素与基本特征、分类方法及各类别特点，得出以下结论：

1）虚拟社区是以网络虚拟空间为活动场所的一群具有共同兴趣、目标及网络群体意识的用户自发集结形成且之间进行信息和知识交互的社会化群体；

2）虚拟社区与虚拟社群描述的是同一研究对象，当研究目的是为了规范社区秩序、提高其稳定性和可持续性，应使用虚拟社区一词，研究目的是为了引导用户行为、提高互动性、加强情感联系、创造社会和经济价值时使用虚拟社群一词在线社区、网络社区、电子社区均是虚拟社区的替换概念。

3）虚拟社区的核心构成要素包括网络虚拟空间，网络信息技术，一定数量的成员、共同的兴趣、目标和群体意识，信息与知识交互，群体行为规则和制度。基本特征为形式网络化和虚拟化特征，成员来源多样化、身份强匿名性、行为真实性，结构去中心化与去阶层化，信息互动性和共享性。

4）虚拟社区按其主功能可被分为兴趣社区、社交社区、交易社区、知识社区4类，每类虚拟社区均具有独特的特点。

chinaXiv:202304.00954v1

[1]**参考文献：**
Soukup C. Computer-mediated communication as a virtual third place: building Oldenburg's great good places on the world wide web[J]. New media & society, 2006, 8(3): 421-440.

[2] Navarro R T, Tschöke Santana D, Rechia S. Public leisure space and community-based action[J]. Leisure Studies, 2018, 37(6): 747-762.

[3] Brown O, Smith L G E, Davidson B I, et al. The problem with the internet: An affordance-based approach for psychological research on networked technologies[J]. Acta Psychologica, 2022, 228: 103650.

[4] Parkinson J, Schuster L, Mulcahy R. Online third places: supporting well-being through identifying and managing unintended consequences[J]. Journal of Service Research, 2022, 25(1): 108-125.

[5] Lu Y, Zhao L, Wang B. From virtual community members to C2C e-commerce buyers: Trust in virtual communities and its effect on consumers' purchase intention[J]. Electronic commerce research and applications, 2010, 9(4): 346-360.

[6] 叶凌春.社群发展对高校社会主义核心价值观教育的启示[J].中国高等教育,2018(19):36-38.

[7] 彭兰."液态""半液态""气态"：网络共同体的"三态"[J].国际新闻界,2020,42(10):31-47.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2020.10.003.

[8] Greer S. The concept of community: Readings with interpretations[M]. Routledge, 2017:84-174.

[9] Faraj S, von Krogh G, Monteiro E, et al. Special section introduction—Online community as space for knowledge flows[J]. Information systems research, 2016, 27(4): 668-684.

[10] 吴晓林,覃雯.走出"滕尼斯迷思":百年来西方社区概念的建构与理论证成[J].复旦学报(社会科学版),2022,64(01):134-147.

[11] 中华人民共和国民政部[EB/OL].[2017-10-19]. https://www.mca.gov.cn/article/wh/whbq/jsmlsq/cssqzl/201710/20171015006238.shtml.

[12] 张为志. 非现场经济与智慧共享体系简论[J]. 学术前沿, 2015 (18): 80-95.

[13] Rheingold H. A slice of life in my virtual community[J]. Global networks: Computers and international communication, 1993: 57-80.

[14] González-Anta B, Orengo V, Zornoza A, et al. Understanding the sense of community and continuance intention in virtual communities: the role of commitment and type of community[J]. Social Science Computer Review, 2021, 39(3): 335-352.

[15] 刘嘉玲,魏江,陈侠飞.在线社区对企业创新管理影响研究回顾与展望[J].管理学报,2022,19(08):1251-1260.

[16] Armstrong A, Hagel J I I I. Real profits from virtual communities[J]. The McKinsey Quarterly, 1995 (3): 126.

[17] 辛宇,林耿,林元城.数字技术力量下的乡村重构[J].地理科学进展,2022,41(07):1300-1311.

[18] 文彤,郭强,邱以澄.旅游虚拟社区中意见领袖的网络权力特征及形成机制——以去哪儿网为例[J].旅游学刊,2022,37(04):39-51.DOI:10.19765/j.cnki.1002-5006.2022.04.010.

[19] 张华.网络社群:网络舆情研究的核心概念和分析框架[J].新闻界,2014(15):7-10+15.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2014.15.004.

[20] 庞正,周恒.场域抑或主体:网络社群的理论定位[J].社会科学战线,2017(12):184-191.

[21] 郭莉,张悦,周冬梅,鲁若愚.虚拟社区中的社群交互:研究综述[J].技术经济,2014,33(12):30-38+64.

[22] 骆正林.空间性与情感性的调配:网络空间的拓展与网络社区/网络社群的形成[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2022,45(04):65-82.

[23] 李卓育.知识传播的社会网络结构研究——以 MOOC 为例[J].情报科学,2022,40(05):180-186+193.DOI:10.13833/j.issn.1007-7634.2022.05.023.

[24] 迟铭,毕新华,徐永顺.企业虚拟品牌社区治理机制：结构探索和量表开发[J].经济管理,2022,44(01):105-121.

[25] 余硕,聂卉晶.我国虚拟社群概念界定及研究热点可视化分析[J].图书馆理论与实践,2018(01):15-20.DOI:10.14064/j.cnki.issn1005-8214.2018.01.003.

[26] 李振锋,张弛.城市社区治理中的虚拟社群参与——基于对城市更新中虚拟社群的考察[J].治理研究,2020,36(04):77-87.DOI:10.15944/j.cnki.33-1010/d.2020.04.009.

[27] 黄冠维,洪晓文,赵大营.虚拟社群网络结构及网络沟通情绪的研究[J].中国软科学,2021(S1):108-115.

[28] 张红喜,何彪,刘琼,周霄.民营旅游企业虚拟社区价值共创行为研究[J].管理现代化,2019,39(05):83-85.DOI:10.19634/j.cnki.11-1403/c.2019.05.020.

[29] 宋立丰,宋远方,冯绍雯.平台-社群商业模式构建及其动态演变路径——基于海尔、小米和猪八戒网平台组织的案例研究[J].经济管理,2020,42(03):117-132.DOI:10.19616/j.cnki.bmj.2020.03.008.

[30] 刘嘉玲,魏江,陈侠飞.在线社区对企业创新管理影响研究回顾与展望[J].管理学报,2022,19(08):1251-1260.

[31] 杨江华,陈玲.网络社群的形成与发展演化机制研究:基于"帝吧"的发展史考察[J].国际新闻界,2019,41(03):127-150.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2019.03.008.

[32] 刘少杰.从集体表象到数字表象——论元宇宙热潮的演化逻辑与扩展根据[J].河北学刊,2022,42(04):162-168.

[33] 米华全.网络意识形态领导权的内涵特征及机制构建[J].理论导刊,2022(02):64-69.

[34] 张成良,王国芸.云端社群：虚实泛化中的关系研究与模型探索[J].中州学刊,2021(06):161-166.

[35] Wang L, Yan L, Zhou T, et al. Understanding physicians' online-offline behavior dynamics: an empirical study[J]. Information Systems Research, 2020, 31(2): 537-555.

[36] Safadi H, Johnson S L, Faraj S. Who contributes Knowledge? Core-periphery tension in online innovation communities[J]. Organization Science, 2021, 32(3): 752-775.

chinaXiv:202304.00954v1

[37] Subramanian H, Mitra S, Ransbotham S. Capturing value in platform business models that rely on user-generated content[J]. Organization Science, 2021, 32(3): 804-823.
[38] 周阳,谭春辉,朱宸良,王战平.基于扎根理论的虚拟学术社区用户参与行为研究——以小木虫为例[J].情报科学,2022,40(01):176-183.DOI:10.13833/j.issn.1007-7634.2022.01.023.
[39] 黄彪文,殷美香.在个体与集体间流动:论虚拟社群的参与动机与交往基础[J].国际新闻界,2014,36(09):6-19.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2014.09.001.
[40] Cheung C M K, Lee M K O. Understanding the sustainability of a virtual community: model development and empirical test[J]. Journal of Information Science, 2009, 35(3): 279-298.
[41] 余佳蔓,唐小飞,姚森雄.虚拟社群分类与社群规制的匹配关系研究[J].预测,2021,40(06):9-15.
[42] 张长亮,李竟彤,郭宇.网络社区用户信息共享行为影响因素研究[J].情报科学,2020,38(02):39-46+87.
[43] Blažič-Džonova B J, Blažič A J. Studying the virtual user community in an international innovation project: the attitudes and the cultural background[J]. IADIS International Journal On Computer Science & Information Systems, 2016, 11(2): 3-12.
[44] Grabner-Kräuter S, Bitter S. Trust in online social networks: A multifaceted perspective[C]//Forum for social economics. Routledge, 2015, 44(1): 48-68.
[45] 胡昌平,李青青,吕美娇.网络知识社区中的用户信任安全分析[J].数字图书馆论坛,2021(04):31-37.

（通讯作者：郭家欣　E-mail：gjxscholar@gs.zzu.edu.cn）

**作者贡献说明：**

郭家欣：撰写与修改论文；
朱永明：提出论文选题与写作思路.

chinaXiv:202304.00954v1